头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2020年
中国盲盒行业概览

概览标签 ：盲盒、潮流玩具

报告主要作者：李艺璇
2019/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院有权采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动使用"头豹研究院"或"头豹"及其他头豹商标，头豹研究院的服务名称之外的其他分支机构、关联机构以及其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

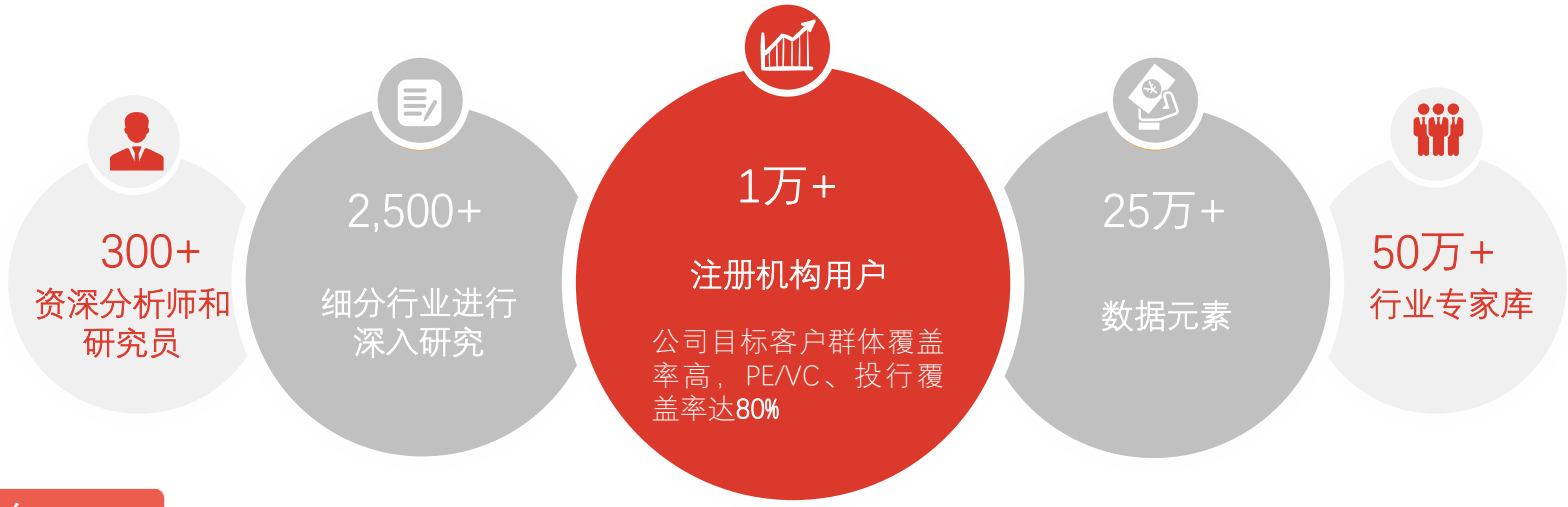
阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

©2019.12 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报

图说

表说

专家说

数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

©2019.12 LeadLeo

概览摘要

盲盒是一种类似彩票的商品，商家将任一动漫、影视作品的周边、或设计师设计的玩偶玩具放入密闭盒子内，消费者拆开后才可知晓其所抽中的具体商品类型。由于当前年轻人多追求享受型的文化娱乐消费，而盲盒的载体通常为自带IP的潮流玩具，又由于拆盲盒的过程相当于彩票购买，追求不确定性的情感刺激会导致玩家不断购买，因此深受年轻人的喜爱。2014-2018年，中国盲盒行业市场规模由14.0亿元增长至25.0亿元，年复合增长率达15.6%。未来，伴随盲盒企业营销手段的不断多元化、以及无人零售的快速发展，中国盲盒行业市场规模将处于持续扩张状态。

- **盲盒抓住消费者投机心态**

盲盒行业存在二手市场，玩家一旦抽到重复的普通款盲盒，会将多余的款式放至闲鱼等二手买卖平台上流通销售。尤其是收藏价值较高的隐藏款在盲盒二手市场上的溢价达到20-30倍，受到盲盒玩家热捧。部分盲盒玩家抱着投机的心态不断购买盲盒，并在二手平台上出售，从而赚取超额利润。

- **“Z世代”消费潜力巨大**

当前，中国Z世代人口数量为1.5亿人，基数庞大，为盲盒行业的发展提供了稳定的数量基础。同时，Z世代消费意愿浓厚，消费基础稳固，其父母亦拥有较强的经济实力，Z世代的月均可支配收入比中国居民平均值高出49.4%。Z世代群体购买能力和消费意愿的逐步提升进一步推动了盲盒行业的快速发展。

- **无人零售终端抢占盲盒行业“最后一公里” 消费场景**

由于盲盒实体门店、盲盒快闪店均需投入大量的金钱，为减少开支的同时快速打开市场，盲盒企业采用无人零售的方式，即盲盒机，将零售终端延伸至城市各个地方。如IP小站在商城、社区、影院等各个地方投放了大量的主题售卖机，可大幅度减少租金成本和人力成本，相比实体门店，无人零售的成本优势更为明显。

企业推荐：

泡泡玛特
乐自天成
玩偶一号

©2019.12 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588

目录

- 名词解释 04
- 中国盲盒行业市场综述 05
- 中国盲盒行业驱动因素 12
- 中国盲盒行业风险因素 14
- 中国盲盒行业相关政策 15
- 中国盲盒行业发展趋势 16
- 中国盲盒行业竞争格局 18
- 方法论 25

©2019.12 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

名词解释

- **盲盒**：商家将任一动漫、影视作品的周边或设计师设计的玩偶玩具放入密闭盒子内，消费者拆开后才可知晓其所抽中的具体商品类型。
- **隐藏款**： 整套系列盲盒中抽中概率最低的款式，抽中概率约为1%-3%。
- **基本款**：整套系列盲盒中除了隐藏款之外的基本款式。
- **福袋**：日本商家在新年前后，将多种商品放入袋内进行搭配销售。
- **扭蛋**：厂家将动漫IP手办、饰品挂件、玩具模型放入半透明塑料蛋壳内进行打包出售。
- **IP**：英文全称是“Intellectual Property” ，即知识产权，权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的财产权利，多广泛存在于音乐、影视、戏剧、动漫、游戏领域。
- **改娃**：通过换色、拼色、添加装饰品等方式将玩偶改装换脸，以达到满意的外形状态。
- **二次元**：来自于日本词汇，日本早期的动画、漫画、游戏等作品均以二维图像构成，通过二维图像作为载体创造的虚拟世界被动漫爱好者称为二次元。
- **Z世代**：在1995-2009年间出生的人。
- **抽奖式有奖销售**：经营者以抽签、摇号、比赛等带有偶然性或者不确定性的方法，决定消费者是否中奖的有奖销售行为。
- **附赠式有奖销售**：经营者向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的有奖销售行为。
- **BJD**：英文全称是“Ball-jointed Doll” ，即球型关节人形，起源于欧洲，是一种球形关节可以转动的人偶玩具。

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业市场综述——定义及分类

盲盒定义

盲盒是一种类似彩票的商品，商家将任一动漫、影视作品的周边、或设计师设计的玩偶玩具放入密闭盒子内，消费者拆开后才可知晓其所抽中的具体商品类型。

盲盒分类

根据款式不同，盲盒可分为隐藏款、普通款。

隐藏款

隐藏款指整套系列盲盒中抽中概率最低的款式，抽中概率约为1%-3%，部分隐藏款的抽中概率更低，如Molly的西游金色隐藏款的抽中概览仅为0.14%。

此外，盲盒生产商为激发买家更强的好奇心，对部分隐藏款的款式进行保密，仅以“？”号指代，从而增加神秘感，刺激盲盒玩家消费。

Molly宫廷瑞兽隐藏款：Molly格格

普通款

普通款指整套系列盲盒中除了隐藏款之外的基本款式。多数盲盒系列中含有12个基本款，每个款式的单价为39-69元，系列总价为700-1,000元不等。

部分具有经济实力的盲盒玩家会一次性购买整套盲盒，以免去多次抽中重复款式的问题。

Molly宫廷瑞兽盲盒包装

Molly宫廷瑞兽普通款

来源：泡泡玛特天猫官方旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业市场综述——发展历程

中国盲盒行业受经济、政策、社会环境等因素影响，发展至今，共经历萌芽阶段、缓慢发展阶段、快速发展阶段三个阶段。

- **萌芽阶段（1912-2009年）：**盲盒起源于日本明治时代末期（1868-1912年），最初是由于日本百货公司为年末清仓处理商品尾货而采用的“福袋”促销方式，又被称为“Mini Figures”。1980年，日本模型市场出现了“扭蛋”，将动漫IP手办、饰品挂件、玩具模型放入塑料蛋壳内进行打包出售，“扭蛋”的出现推动盲盒市场进一步发展，当前，消费者仍然可在各大商场内看见扭蛋机器。20世纪90年代，盲盒传入中国，最初的表现形式为“集卡”，如小浣熊、小当家等干脆面品牌推出的水浒英雄卡，在学生群体中掀起集卡浪潮。
- **缓慢发展阶段（2010-2014年）：**2010年盲盒行业头部企业泡泡玛特创建。成立之初，泡泡玛特的主营业务为销售各类潮流玩具、电子产品及文具，同时代售Sonny Angel。这款风靡于日本年轻人群体中的娃娃玩具同样受到中国消费者喜爱，仅Sonny Angel的产品销售额即占到泡泡玛特总销售额的三分之一。同时，由日本Medicom出品的Bearbrick小熊以盲盒的销售方式被中国消费者快速熟知，“IP+盲盒”的形式逐渐火爆起来。
- **快速发展阶段（2015年-至今）：**自2015年以来，泡泡玛特将战略方向转为IP打造和盲盒生产，先后与设计师Kenny Wong、毕奇、Seulgie Lee合作推出Molly、Pucky、潘神洛丽等盲盒系列，受到众多消费者追捧，盲盒行业正式进入快速发展阶段。随后，ACTOYS、STICKY MONSTER LAB、幸会潮玩、奥飞娱乐进入盲盒市场，推动盲盒进入大众流行视野。

中国盲盒行业发展历程

萌芽阶段（1912-2009年）

- 日本明治时代末期，日本百货公司利用“福袋”处理商品尾货
- 1980年，日本模型市场出现了“扭蛋”
- 90年代，盲盒以“集卡”形式传入中国

缓慢发展阶段（2010-2014年）

- 2010年盲盒行业头部企业泡泡玛特创建，代售Sonny Angel娃娃玩具
- 由日本Medicom出品的Bearbrick小熊以盲盒的销售方式被中国消费者快速熟知

快速发展阶段（2015年-至今）

- 2015年泡泡玛特先后与设计师合作推出Molly、Pucky、潘神洛丽等盲盒系列
- ACTOYS、STICKY MONSTER LAB、幸会潮玩、奥飞娱乐进入盲盒市场

Pucky马戏团系列

潘神甜品系列

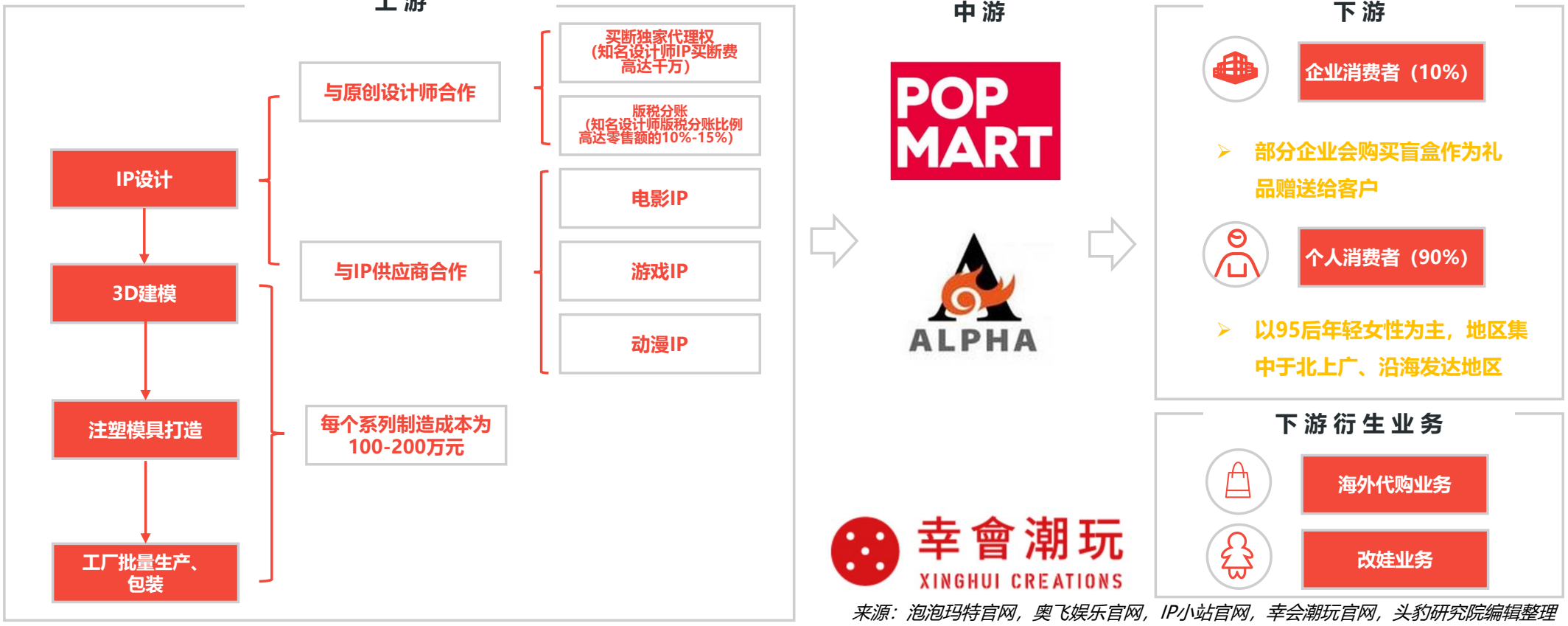
来源：Sonny Angel官网，泡泡玛特天猫官方旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业市场综述——产业链

中国盲盒行业产业链包括三部分：上游主体环节包括IP设计、3D建模、注塑模具打造、工厂批量生产、包装；中游参与主体为盲盒企业；下游参与主体为消费者，包括企业消费者和个人消费者。

中国盲盒行业产业链



来源：泡泡玛特官网，奥飞娱乐官网，IP小站官网，幸会潮玩官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业市场综述——产业链上游

中国盲盒行业上游主体环节包括IP设计、3D建模、注塑模具打造、工厂批量生产、包装。

（1）IP设计：IP设计是盲盒行业产业链上游最关键的环节，盲盒企业通常从两种渠道获取IP： ①原创设计师。盲盒企业通过买断其IP独家代理权或与其进行版税分账两种方式获取IP。其中，版税分账指盲盒企业向原创设计师支付一笔金额较少的先期费用，后续根据销售情况，以零售额的特定比例支付费用，让原创设计师分享后期利润。当前，知名设计师的IP买断费已高达千万元，版税分账比例达到零售额的10%-15%。泡泡玛特已与多位知名设计师，如毕奇、Kenny Wong，合作推出Pucky、Molly盲盒系列及周边衍生品；②IP供应商。孩之宝、梦之城、迪士尼、北京影舟子、广州潮汛动漫等IP供应商拥有多个电影、动漫、游戏领域的热门IP，盲盒企业通过与IP供应商合作获得IP使用权，如IP小站与多家IP供应商达成合作，推出《星际争霸》、《王者荣耀》、《超级飞侠》等盲盒系列。

（2）3D建模、注塑模具打造：3D建模环节通常由盲盒企业自主完成，其内部设计团队根据IP设计师提供的设计草图进行3D建模，并依照建模的结果与注塑模具厂合作打造注塑模具。若盲盒企业从IP供应商处购买IP使用权，后续还需内部设计团队围绕该IP设计各种款式，如夏季款、冬季款，或套用不同场景，如马戏团系列、婚嫁系列。

（3）工厂批量生产、包装：注塑模具打造完毕后会送入工厂进行批量生产和包装。盲盒企业在生产和包装环节通常采取外包形式，因此生产线齐全、生产效率更高的工厂议价能力更高。此外，主流盲盒品牌由于订单数量大，单价方面会有部分优惠。每个盲盒的出厂平均价约为15元左右。

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业市场综述——产业链下游

中国盲盒行业下游参与主体为消费者，包括企业消费者和个人消费者。

（1）企业消费者：数量占比10%，部分企业会购买盲盒作为礼品赠送给客户。如瑞幸咖啡于2019年8月上线刘昊然系列盲盒，消费者购买任一款鹿角吸管杯，即可随机获取一款盲盒，受到刘昊然粉丝群体的疯狂抢购。

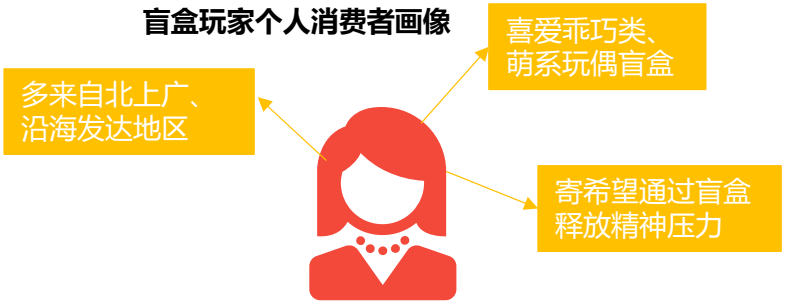
（2）个人消费者：数量占比90%，盲盒玩家以95后年轻女性为主，地区集中于北上广、沿海发达地区，兴趣爱好多为漫画、网剧、Cosplay等二次元产物。此外，95后年轻女性主观上偏向乖巧类、萌系的玩偶，使得Molly、Pucky等萌系宝宝IP形象受到市场热捧。同时，由于现在社会压力较大，部分年轻人寄希望通过玩偶等物品释放精神压力，获取心理安慰，由此治愈类的盲盒产品易受到年轻人欢迎，如Pucky梦幻精灵系列、Molly校园系列。

中国盲盒行业下游可衍生出多项业务，包括海外代购业务和改娃业务。

（1）海外代购业务：由于中国盲盒玩家购买海外市场上的盲盒存在困难，因此市场上衍生出盲盒海外代购业务，由居住在海外的华人将在当地购买好的盲盒系列通过包裹邮寄的方式发至中国买家手中。

（2）改娃业务：该业务可帮助盲盒玩家给所抽中的玩偶改装换脸，以达到其满意的外形状态。具体改装方式包括换色、拼合、添加装饰品，如部分年轻女性会要求将玩偶颜色改为粉色或马卡龙色，使玩偶看起来更粉嫩。每个玩偶改装费用为150-700元。

盲盒玩家个人消费者画像



来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

www.leadleo.com
头豹 LeadLeo 400-072-5588

中国盲盒行业市场综述——市场现状

盲盒行业受到资本广泛关注。当前，盲盒行业拥有广阔的市场前景且尚未形成充分竞争的市场格局，资本不断加持盲盒行业。行业内已有多家IP衍生开发的企业获得投资，且这些公司的创办历程较短，如52TOYS收到来自三千资本、启明创投的数千万人民币A+轮投资金额，泡泡玛特收到来自华强资本的4,000万人民币战略投资金额。市场对盲盒行业需求量的上升，使盲盒行业受到多方资本青睐，资本将助推盲盒行业进一步爆发。

溢价过高，存在泡沫。盲盒在二级市场的高溢价与产品本身的属性无关，而是众多非盲盒爱好投机者的炒作所致。盲盒炒作者过多，纯粹的兴趣爱好者减少，在追逐市场利益的驱使下价格不断升高，存在不稳定因素和利益预期外的因素导致泡沫破灭，伤害消费者和整个行业的利益。超高的溢价只能对小部分以投机为目的交易者有利，而对于广大普通单纯的消费者不利。

消费者跟风，变化浮动大。相比于经典传统的角色形象，盲盒潮流玩具的角色形象在大众文化中较少有文本故事、电影戏剧情节去培养大众认同感，绝大多数角色形象难以沉淀下来，最终容易被另一种潮流风向所替代。当前，市场炒作的角色形象雷同度较高，这对于盲盒行业的设计亦是较大挑战，相关盲盒设计公司须持续推出新颖的角色设计以吸引消费者，否则会流失很多已有的和潜在的盲盒玩家。

盲盒行业投融资事件

时间	机构名称	融资金额	融资轮次	投资方
2017-12-18	泡泡玛特	4,000万人民币	战略投资	华强资本
2019-03-13	52TOYS	数千万人民币	A+轮	三千资本 启明创投
2019-10-23	IP小站	数千万人民币	天使轮	未披露

盲盒行业市场现状

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

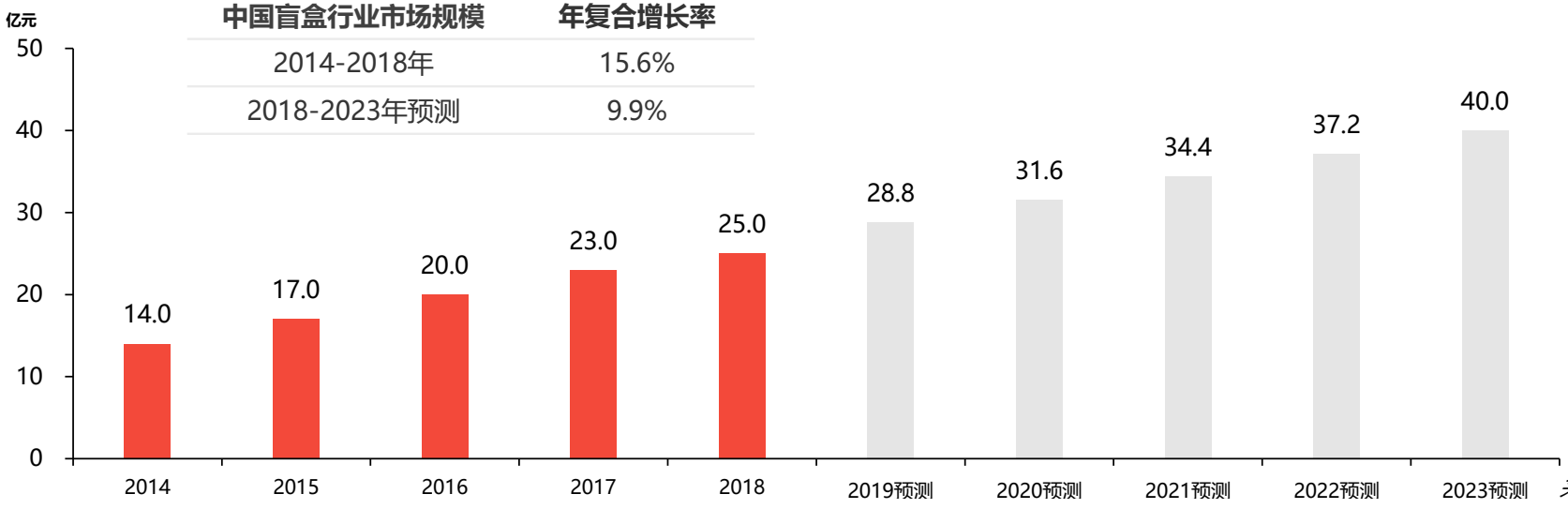
头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

中国盲盒行业市场综述——市场规模

由于当前年轻人多追求精神娱乐消费，而盲盒IP通常以二次元、动漫、网剧为载体，又由于拆盲盒的过程相当于抽彩票，追求不确定性的情感刺激会导致玩家反复购买，因此深受年轻人的喜爱。2014-2018年，中国盲盒行业市场规模由14.0亿元增长至25.0亿元，年复合增长率达15.6%。中国盲盒行业市场规模快速增长主要受以下两点因素驱动：（1）盲盒抓住消费者的赌徒心理和投机心理；（2）“Z世代”消费潜力巨大。

伴随盲盒企业营销手段的不断多元化以及无人零售的快速发展，预计未来5年，中国盲盒行业市场规模将以9.9%的年复合增长率不断增长，有望于2023年达到40.0亿元。

中国盲盒行业市场规模（以销售收入计），2014-2023年预测



中国盲盒行业市场规模	年复合增长率
2014-2018年	15.6%
2018-2023年预测	9.9%

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业驱动因素——盲盒抓住消费者特殊心理

（1）赌徒心态：拆盲盒的过程相当于买彩票，追求不确定性的刺激会导致玩家不断购买，从而成瘾。由于盲盒在拆开之前，消费者无法得知所购买的玩具款式，这种信息的不确定性促使拆盲盒的整个过程充满神秘感，令盲盒玩家感到兴奋和刺激，若抽中心仪的款式，则盲盒玩家心理上会得到额外的惊喜，若未抽中心仪的款式，由于盲盒的单价较低，重复购买并不会对玩家造成较大的经济压力，此时笃定下次肯定抽中心仪款式的赌徒心态促使玩家再次购买盲盒。

（2）投机心态：此外，盲盒行业存在二手市场，玩家一旦抽到重复的普通款盲盒，会将多余的款式放至闲鱼等二手买卖平台上流通销售。尤其是收藏价值较高的隐藏款在盲盒二手市场上的溢价达到20-30倍，受到盲盒玩家热捧。如原价79元的泡泡玛特胡桃夹子系列盲盒隐藏款“王子” 在闲鱼上的标价可达到1,888元，溢价多出24倍，原价59元的泡泡玛特Molly婚礼花童公主系列隐藏款“一月公主” 在闲鱼上的标价在580-880元不等。部分盲盒玩家抱着投机的心态不断购买盲盒，并在二手平台上出售，从而赚取超额利润。

盲盒消费者特殊心态

赌徒心态

- **追求刺激，犹如买彩票**
- **充满神秘，使人兴奋**
- **单价较低，易重复购买**

Molly王子：1,888元

24倍

Molly一月公主：880元

15倍

投机心态

- **二手渠道转售，多余盲盒变现**
- **转手溢价翻倍，受到热捧**
- **消费者投机参与，赚取超额利润**

来源：泡泡玛特官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

www.leadleo.com

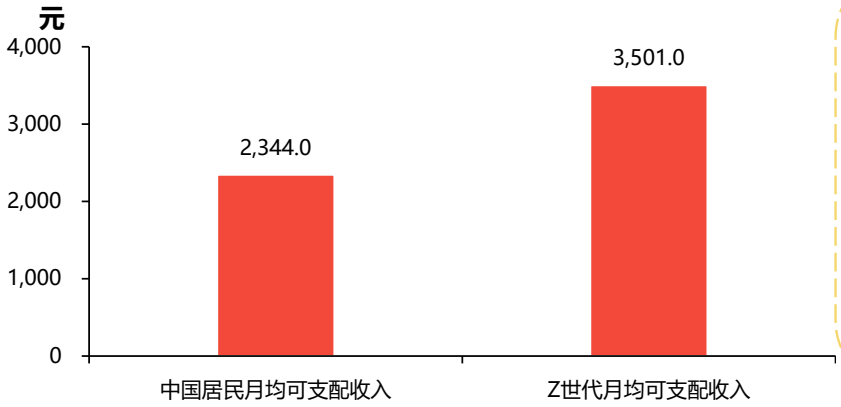
头豹 LeadLeo 400-072-5588

中国盲盒行业驱动因素——“Z世代”消费潜力巨大

Z世代指在1995-2009年间出生的人，这一代人的成长经历伴随着游戏机、电脑、手游、动漫的发展，比起物品的实用价值，更注重物品所带来的精神层面上的体验，追求享受型的文化娱乐消费，而盲盒的载体通常为自带IP的潮流玩具，能够吸引追求新潮时尚的年轻人的眼球，如受到广大盲盒玩家追捧的Sonny Angel和Molly拥有独特且可爱的外形，搭配不同的场景，形成了马戏团系列、圣诞系列等，极大刺激了玩家的收藏欲望，经济实力较强的盲盒玩家一次性购买成套系列，进一步推高了盲盒的销售量。

当前，中国Z世代人口数量为1.5亿人，基数庞大，为盲盒行业的发展提供了稳定的数量基础。同时，Z世代消费意愿浓厚，消费基础稳固，其父母亦拥有较强的经济实力，Z世代的月均可支配收入比中国居民平均值高出49.4%。Z世代群体购买能力和消费意愿的逐步提升进一步推动了盲盒行业的快速发展。

2018年中国居民与Z世代月均可支配收入对比



“Z世代”消费画像

- 1995-2009年间出生
- 追求享受型的文化娱乐消费
- 盲盒自带IP，具有吸引力
- 独特造型刺激收藏欲望，成套购买
- 1.5亿人口，基数庞大
- 父母经济实力较强
- 月均可支配收入超平均49.4%
- 消费意愿浓厚、消费基础稳固

来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业风险分析—法律风险

盲盒企业日常经营面临法律风险。盲盒玩家在购买盲盒前，并不知晓盒子里玩偶的品牌、具体样式以及市场价值，在购得盲盒打开之后才会看到具体款式，根据2019年国家市场监督管理总局发布的关于《规范有奖销售等促销行为暂行规定（征求意见稿）》，其中界定了有奖销售的概念，**通过比较，盲盒销售符合法律上的“抽奖式有奖销售”概念。**

与此同时，《反不正当竞争法》规定企业经营“抽奖式有奖销售”应满足三个条件：（1）最高奖项对应的价值不得超过五万元；（2）必须公示中奖概率、游戏规则等信息；（3）不得舞弊。

但（1）对于第一条，部分盲盒系列价格超过5万元；（2）对于第二条，当前盲盒经营者并未公示中奖概率；（3）对于第三条，盲盒企业在盲盒制作-销售过程中是否存在舞弊现象市场难以监管。

因此盲盒企业的销售行为不能满足法律对于“抽奖式有奖销售”的要求，在经营过程中将面临法律监管的风险。

（1）有奖销售概念

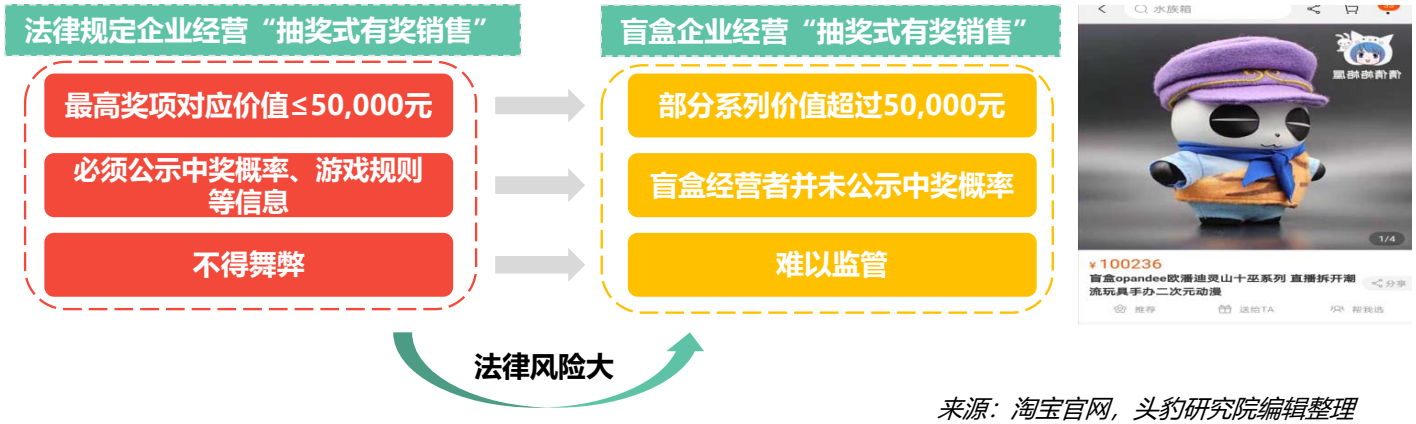
有奖销售分为抽奖时有奖销售和附赠式有奖销售，其中，抽奖式有奖销售是指经营者以抽签、摇号、比赛等带有偶然性或者不确定性的方法，决定消费者是否中奖的有奖销售行为，附赠式有奖销售是指经营者向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的有奖销售行为。

（2）有奖销售要求

经营者在开展有奖销售活动，应当符合下列要求：

在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。

盲盒企业日常经营面临法律风险



来源：淘宝官网，头豹研究院编辑整理

中国盲盒行业相关政策

为支持盲盒行业发展，中国政府先后出台《“十三五”市场监管规划》、《“十三五”国家科技创新规划》等政策文件，明确中国盲盒行业现阶段首要任务为加强产品设计升级创新，发展自主品牌企业，提升产业竞争力，同时提高产品质量安全标准，减少食品安全问题的发生，进一步规范盲盒行业发展，避免市场陷入混乱状态。

中国盲盒行业相关法律法规

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》	2019-10	工业和信息化部、国家发展和改革委员会	计划提出要实现传统优势产业设计升级。在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。加强流行趋势研究，提升产业竞争力
《全国深化“放管服”改革转变政府职能电视电话会议重点任务分工方案》	2018-08	国务院	2019年以玩具产品为试点，对强制性产品认证实施法规式目录管理。推动以产品用途、使用环境、消费人群和原材料特性等技术法规式定性描述取代产品列举方式定义中国强制性产品认证（CCC）产品范围
《“十三五”市场监管规划》	2017-01	国务院	维护未成年人消费权益。加强对婴幼儿用品的监管，提高产品质量安全标准，加大对婴幼儿奶粉、食品、服装、玩具等的抽查检验力度
《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》	2016-09	国务院办公厅	促进儿童用品生产设计与国产动漫文化产品跨界融合，增强产品趣味性、娱乐性和吸引力，培育和壮大一批自主品牌企业
《“十三五”国家科技创新规划》	2016-07	国务院	以多元化投资和市场化运作的方式，推动科普展览、科普展教品、科普图书、科普影视、科普玩具、科普旅游、科普网络与信息等科普产业的发展
《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	2016-01	国务院	发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效，稳定传统优势产业。继续发展纺织服装、鞋类、家具、塑料制品、玩具等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量和附加值，增强企业核心竞争力

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业发展趋势——营销手段愈加多样化

盲盒企业为快速推广旗下的盲盒产品，采取了多样化的营销手段：（1）举办潮流玩具展览。部分盲盒头部企业举办潮流玩具展览，吸引世界各地的盲盒玩家前来参展，进一步扩大盲盒产品的品牌竞争力，如2017 年 9 月首届北京国际潮流玩具展是由泡泡玛特主办，展会期间共有超过百位中国海内外知名艺术家及品牌到场，超过 2 万人次的潮流玩具粉丝参展；（2）同视频博主合作。视频博主通过盲盒产品开箱测评、带盲盒IP人物去旅行等方式帮助推广盲盒系列，同时，制造社群话题进行传播，如带动玩家将与盲盒玩具旅行的照片上传，不断刺激盲盒圈外消费者的感官，进而产生对盲盒的浓厚兴趣；（3）搭建自有社区平台。如泡泡玛特于2016年打造的潮流玩具社区电商平台APP葩趣上线，盲盒玩家可选择感兴趣的潮玩IP圈子，与其他玩家进行交流、分享、互换手中的盲盒。自有社区平台亦定期组织线下主题活动，吸引盲盒爱好者，进一步提高了盲盒品牌影响力。未来，盲盒企业将采取更多元的营销手段，创造产品与盲盒玩家的情感链接，提高盲盒的销售量。

来源：泡泡玛特官网，头豹研究院编辑整理

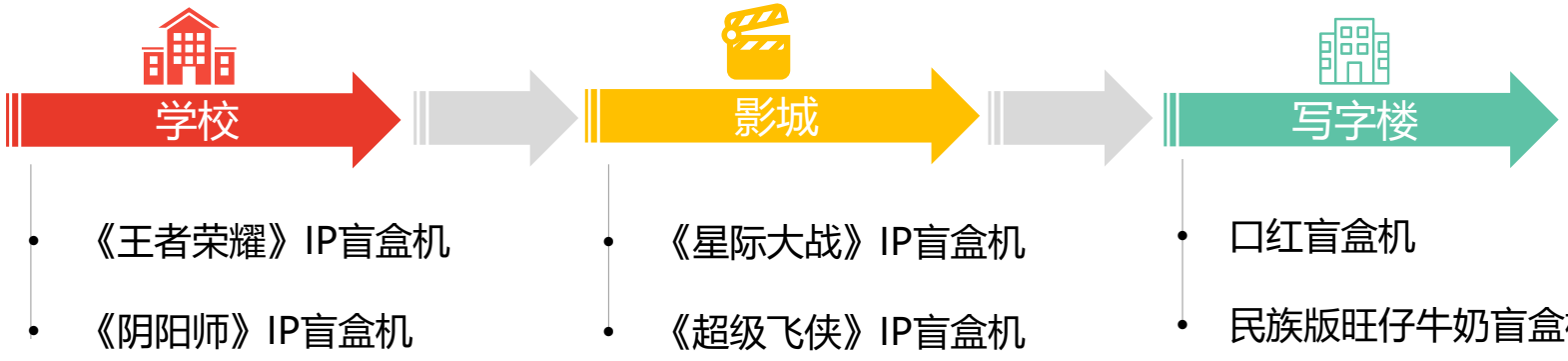
©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业发展趋势——无人零售终端抢占盲盒行业“最后一公里” 消费场景

根据在盲盒行业排名前5的企业专家介绍，由于盲盒实体门店、盲盒快闪店均需投入大量的金钱，为减少开支的同时快速打开市场，盲盒企业采用无人零售的方式，即盲盒机，将零售终端延伸至城市各个地方。如IP小站在商城、社区、影院等各个地方投放了大量的主题售卖机，可大幅度减少租金成本和人力成本，相比实体门店，无人零售的成本优势更为明显。此外，盲盒企业可根据场景不同放置相应类型的主题IP盲盒机，如在学校主打《王者荣耀》、《阴阳师》IP盲盒机；在影城主打热门大片主题IP盲盒机，如《星际大战》IP盲盒机、《超级飞侠》IP盲盒机；在写字楼主打美妆类IP盲盒机，如口红盲盒机，以及零食类盲盒机，如民族版旺仔牛奶盲盒机，快速吸引目标人群购买，或采用跟抓娃娃机相结合的方式，让消费者在娱乐的同时接触到盲盒产品。无人零售终端的灵活性快速推动盲盒行业发展，更多消费者接触并产生对盲盒的兴趣。未来，盲盒机的投放力度将进一步加强。

IP小站主题盲盒机

不同场景下的IP主题盲盒机



来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

www.leadleo.com
头豹 LeadLeo 400-072-5588

中国盲盒行业市场综述——竞争格局

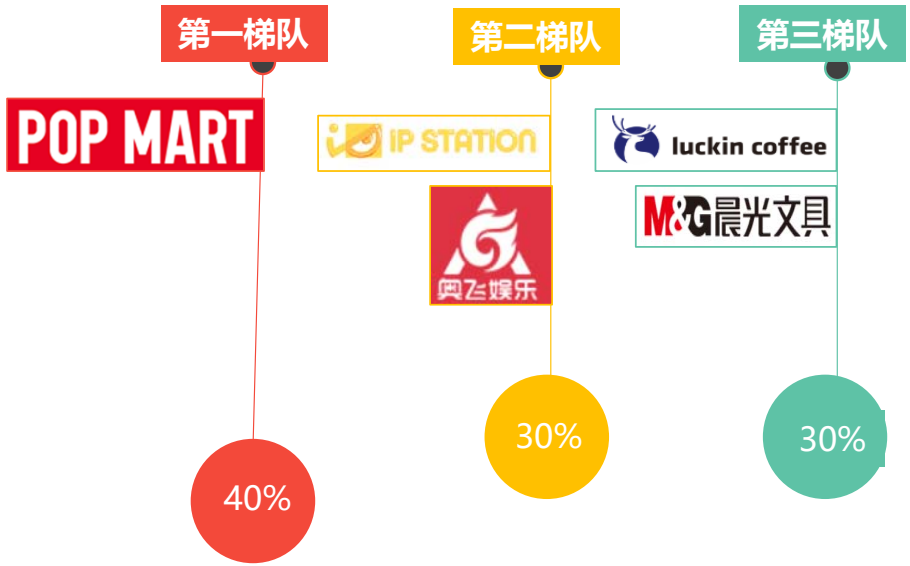
经过多年激烈的市场竞争，中国盲盒行业的竞争格局逐渐呈现明显的梯队差异，具体可分为三个梯队：

（1）盲盒行业第一梯队为泡泡玛特，市占率达到40%。泡泡玛特作为中国盲盒潮流的带动者，曾推出Molly、Pucky等一系列深受玩家喜爱的盲盒系列，并通过潮流玩具展会和葩趣APP将盲盒推进大众视野，进一步培育盲盒文化。

（2）盲盒行业第二梯队为IP小站、奥飞娱乐等深耕二次元、动漫IP业务的企业，市占率达到30%。①IP小站为玩偶一号（武汉）科技有限公司的运营主体，拥有700余个IP授权，授权方包括Sonny Angel等知名IP品牌。IP小站以自动售卖机、主题售卖机、娃娃机等渠道售卖盲盒系列；②奥飞娱乐主营动漫及娱乐文化产品销售，采用“盲盒+动漫IP”的形式迅速向市场推广旗下的IP形象，快速变现IP衍生品及周边。

（3）盲盒行业第三梯队为主营其他产品，产品销售以盲盒方式进行的企业，如瑞幸咖啡、旺旺、晨光、名创优品、全家、呷哺呷哺，市占率达到30%。其中，全家便利店推出与Tokidoki联名的盲盒，呷哺呷哺携手泰迪熊推出攀登者盲盒，旺旺推出56个民族版旺仔牛奶盲盒。

中国盲盒行业竞争格局



梯队	企业	企业特点
第一梯队	泡泡玛特	中国盲盒潮流的带动者
第二梯队	IP小站、 奥飞娱乐	深耕二次元、动漫IP业务
第三梯队	旺旺、晨光、 瑞幸咖啡	主营其他产品， 产品销售以盲盒方式进行

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——北京泡泡玛特文化创意有限公司（1/2）

公司名称：北京泡泡玛特文化创意有限公司　**成立时间：2010年11月**　**中国公司总部：中国北京市**

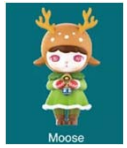
公司简介

北京泡泡玛特文化创意有限公司（简称“泡泡玛特”）在2010年11月正式成立，现有800多名员工，主营潮流商品销售、衍生品开发与授权、互动娱乐和潮流展会等业务。泡泡玛特拥有多个系列的盲盒产品，备受消费者喜爱，包括校园系列、星座系列、宫廷瑞兽系列、海洋系列、圣诞系列、昆虫系列、西游系列等。

泡泡玛特产品简介

- 泡泡玛特旗下主要包括潮流玩具、二次元人物玩具、BJD人偶、周边衍生品四大类产品。

- 潮流玩具：泡泡玛特与众多知名IP设计师合作推出多款热门潮流玩具，如Molly, Pucky, The Monsters, Fluffy House, Satyr Rory, Disney, Coarse, Tokidoki, Hello Kitty等。



- BJD：这款潮流玩具起源于欧洲，是一种球形关节可以转动的人偶。BJD人偶可塑性比较高，玩家可以根据自身个性创造自己喜欢的人物形象。泡泡玛特已和ComibabyDoll、美结猪、Dollsky小熊猫、ISLAND等知名品牌签约。

- 二次元：泡泡玛特旗下拥有众多二次元人物，如LoveLive。

- 周边衍生品：泡泡玛特公司推出了多款漫威英雄、迪士尼、美少女战士、阿狸等经典IP的周边衍生品。

来源：泡泡玛特官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——北京泡泡玛特文化创意有限公司（2/2）

投资亮点

品牌优势

泡泡玛特迄今为止是中国最大的盲盒供应商，引领了中国的盲盒潮流，其推出的Molly 系列产品深受盲盒玩家欢迎，2018年Molly系列产品售出400多万个，在中国地区的销售额超过 2 亿元。

此外，泡泡玛特自主开发了专业潮流玩具社交APP—葩趣，玩家可以在平台上互动、分享经验、交易玩偶，该平台吸引了众多稳定忠实的盲盒玩家。与此同时，泡泡玛特与众多知名IP人物品牌设计师联合签约，推出Gudetama 蛋黄哥职业盲盒系列等，进一步巩固了其品牌优势。

渠道优势

泡泡玛特在中国大陆地区已经设立了720余个零售网点，包括120家线下直营店和600余台机器人商店。零售网点覆盖了中国52座城市，现陆续向三、四线城市进军，深度挖掘下沉市场。

除了在中国大陆地区广泛铺设零售网点、智能无人零售商店和直营门店外，泡泡玛特还积极开拓海外市场，现已入驻港台、欧美、东南亚和澳洲等地区和国家。未来，泡泡玛特将在全球不断扩展销售网络，市场前景广阔。

战略定位：泡泡玛特成立之初以销售化妆品、服装、玩具为主，2016年转为围绕潮玩IP打造一体化潮玩文化娱乐产业，同时线上线下同时布局，线上运营葩趣社交平台，线下铺设无人零售盲盒机网络点。

来源：泡泡玛特官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——北京乐自天成文化发展有限公司（1/2）

公司名称：北京乐自天成文化发展有限公司　　**成立时间：2012年7月**　　**中国公司总部：中国北京市**

公司简介

北京乐自天成文化发展有限公司（简称“乐自天成”）是一家从事游戏、影视及动漫周边衍生品的开发、设计、制作、发行、营销和版权代理的多元文化创意型公司。乐自天成旗下的52TOYS品牌公司，是一家专注于IP衍生品的开发和销售的公司，成立于2015年，主要为用户提供模玩、玩具手办、动漫周边等产品的品牌资讯、新品玩具评测、玩家达人分享等内容。52TOYS备受资本青睐，2019年3月，52TOYS完成数千万元的A+轮融资。

52TOYS产品简介

- 52TOYS旗下主要包括Box系列、手办、盲盒、动漫周边四类产品。

- Box系列：Box系列玩具包括MEGABOX、BEASTBOX、CANDYBOX三个系列玩具。该系列是52TOYS向市场推出的实体化变形玩具。该系列产品造型独特，机械感强，可由小动物形象变成立方体，所以受到众多粉丝的青睐。

- 盲盒： 52TOYS 开发了多款盲盒系列，包括KIMMY MIKI系列、超活化系列、招财宇航员系列、罗小黑系列、麻将BABY系列、长草颜团子系列等盲盒。

- 手办：52TOYS手办系列包括三国杀、激战2、梦中景等。

- 动漫周边：52TOYS结合消费者日常使用需求，将动漫元素融入生活用品，推出高达T恤、魔兽公交卡等周边商品。

来源：52TOYS官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——北京乐自天成文化发展有限公司（2/2）

投资亮点

产品服务类型丰富

52TOYS持续为潮流玩具爱好者推出扭蛋、盒蛋、食玩、小型周边、手办等IP衍生品。52TOYS同时也为小米、腾讯等众多企业和品牌提供全面的衍生品解决方案，如手机壳、企业T恤。

52TOYS定期在平台上为玩家组织比赛，促进玩家之间的互动、竞争，如科幻纪元创作大赛、文物超活化创意大赛、造物-原型大赛，与王者荣耀联名推出“王者降临”创意大赛等，为圈子内的游戏达人和玩具达人提供广阔的创作平台，营造全民创作的氛围，带来更丰富的玩家体验。

机会与挑战：（1）机会：当前，由于多数盲盒IP缺乏文本故事支撑大众认同感，因此盲盒企业可围绕IP开发主题电影、主题乐园、主题歌曲，以增加IP影响力；（2）挑战：不断有其他业务领域的头部企业进入盲盒行业，如奥飞娱乐，参与市场竞争，这对于原有的盲盒企业造成较大冲击。

团队专业

52TOYS团队的核心成员均有着十余年的行业经验，其中团队创始人之一黄今是国产热门游戏《三国殺》的创始人，他同时也是潮玩，手办的资深爱好者。此外，52TOYS会与很多不同的优秀设计师长期保持合作关系，随时补充品牌设计产能。

合作设计师

文物超活化创意大赛作品

来源：52TOYS官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——玩偶一号（武汉）科技有限公司（1/2）

公司名称：玩偶一号（武汉）科技有限公司　　**成立时间：2016年5月**　　**中国公司总部：中国武汉市**

公司简介

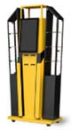
玩偶一号科技有限公司公司（以下简称“玩偶一号”）是一家专业的IP及衍生品推广新零售渠道公司。IP小站是其旗下品牌，主要负责在各大商城内铺设以IP形象为载体的无人智能零售终端。2019年10月，IP小站完成天使轮融资，融资金额达数千万元人民币。IP小站的战略定位是通过将智能零售终端与IP周边衍生品市场结合的方式，打造专业的线下推广渠道。

玩偶一号产品简介

- 玩偶一号的智能零售终端包括体验式智能零售终端、盲盒机、卡片式赠送机、体验式趣味游戏亭。

- **体验式智能零售终端：**是一种专业的IP及衍生品的智能零售终端设备，将智能互动体验、IP场景展示、无人零售功能集为一体。

- **盲盒机：**玩家可以在此盲盒机中抽取盲盒，每台机器可搭载480个盲盒。



- **卡片式赠送机：**该机器可帮助商家完成会员卡、积分卡、收藏卡的派卡动作，以增加趣味性和互动性。

- **体验式趣味游戏亭：**消费者可在游戏亭体验抓球机、弹珠机、扭蛋机、AR互动游戏机等功能。

来源：IP小站官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

中国盲盒行业典型企业分析——玩偶一号（武汉）科技有限公司（2/2）

投资亮点

技术先进

- 玩偶一号的母公司为金运激光股份有限公司。2017年7月，玩偶一号依靠母公司领先的研发技术所研制出的第一台智慧零售终端以售卖机和展示柜一体机的形式在中国正式上线。

  此外，玩偶一号拥有强大的SAAS系统，该系统由WMS平台、大数据平台、上帝之眼平台、LOT平台构成，可实现无人零售终端的全流程管控。

模式新颖

- 玩偶一号建立了线上线下全生态一体化的服务链。线下包括在实体门店举行IP主题场景视觉体验与游戏互动体验活动。线上包括通过公众号、微博等自媒体平台向用户定期推送IP故事，增加与消费者之间的情感链接，以及通过小程序与用户进行IP互动，从而激发其对于IP盲盒的兴趣。

SAAS系统

- **大数据平台**可利用WIFI探针及人脸识别摄像头收集客群流量信息
- **上帝之眼云监控平台**通过监控订单数、货机状态来制定产品的上架策略

- **LOT平台**可进行货机的状态追踪，实现点对点，点对面的集中化管理，解决传统货机稳定性不足、指令手法延迟等问题
- **WMS平台**能够准确高效地管理跟踪客户订单，进行采购订单及库存的综合管理

来源：IP小站官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。

- 研究院依托中国活跃的经济环境，从盲盒、潮流玩具等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- 头豹研究院本次研究于2019年12月完成。

©2019.12 LeadLeo

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。